

## 1.1 Zusammenfassung Potenziale im Web-Marketing

Für die optimale Entwicklung des Web-Business werden zunächst Potenziale ermittelt, innerhalb derer das Unternehmen sich entwickeln kann.

Die Marketingstrategie zielt darauf ab, von der Zielgruppe gefunden zu werden. Deshalb ist das Wissen über die Funktionsweise von Suchmaschinen unverzichtbar. Die Gestaltung der Webseiten erfordert spezielles Know-how, um die Erwartungen des Besuchers möglichst gut zu erfüllen. Mit der dadurch verstärkten Relevanz der Webseiten für die Zielgruppen wird sowohl Usability als auch Findability ansteigen.

Marketingstrategie

Die von Suchmaschinen bereitgestellten Werbeplätze offerieren Unternehmen die Schaltung von Anzeigen und Kampagnen. Für den gewünschten Erfolg ist die Abstimmung der Suchbegriffe, Anzeigen und Klickgebühren eine notwendige Voraussetzung.

Im Web-Business gilt es, nicht nur die Zielgruppe in den Suchmaschinen oder auf Shoppingportalen zu finden. Die Kommunikation im Web ist interaktiv und daraus resultierend lassen sich große Potenziale in Communitys und auf den Plattformen für das Social Marketing finden. Das Web bietet eine Grundlage für die Kommunikation sowie Interaktion seiner Nutzer; mit der Realisierung einer eigenen Community steigt auch die Relevanz der Webpräsenz für Suchmaschinen.

Große Potenziale in Communitys und Social Marketing

Das Customer Relationship Management (CRM) baut weitere Potenziale auf Grundlage von allen registrierten Kunden auf. Das Web-Business nutzt damit den Bestandseffekt im Marketing.

Eine Wachstumsspirale umfasst den Aufbau, die Erschließung und die Nutzung der Potenziale im Web-Business. Zunächst wird die Kontaktaufnahme zu Interessenten optimiert, anschließend werden die Aktionen bewertet und abgewogen, die den Besucher der Website bis zur Zielaktion bringen. Der Aufwand der Akquise und die Sicherheit in der Abwicklung müssen eine für den Unternehmer gewinnbringende Relation aufweisen. In der Spirale folgt nach dem Abschluss einer Zielaktion mit Neukunden die Betreuung von Stammkunden. Schließlich wird das Potenzial aufgrund des Bestandseffektes und des Bekanntheitsgrades bei der Zielgruppe leichter ausgeschöpft, was wiederum die Relevanz in den Suchmaschinen und Communitys steigert.

Wachstumsspirale